

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
130286	Medijska publika				Obvezni	5
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	75	4
	30	0	15	0		
Nastavnik	doc.dr.sc. Nlkša Sviličić profesor visoke škole					
Suradnik	dr.sc.Dinka Kovačević prof.v.š.					
Cilj predmeta	Digitalni mediji dramatično mijenjaju prirodu i raznolikost načina raspolaganja medijskim sadržajima .Za bolje razumijevanje složenosti" publike" i "publika "više nisu dostatna tradicionalna znanja. Istraživanje i razumijevanje medijske publike najvažniji je dio rada svake medijske tvrtke. Interdisciplinarni pristup se nameće kao jedino moguće rješenje.Korisnici medija - medijska publika mogu se proučavati s dva stajališta. Sa stajališta pojedinca i sa stajališta masovnih medija. Cilj kolegija je upoznati studente s oba pristupa. Iako različita stajališta jednako su važna u razumjevanju stvaranja medijske publike posebice kako mi kao pojedinci, kao dio te publike, doživljavamo medijske poruke.					
Ishodi učenja	1. usvojiti i primijeniti osnovna znanja u principima nastajanja medijske publike i usvojiti osnovna znanja za razumijevanje teorijskog i praktičnog pristupa proučavanju medijske publike 2. raspoznati i razlikovati karakteristike medijske publike s aspekta pojedinca i masovnih medija u društveno povijesnom kontekstu 3. usvojiti ključne parametre generiranja kulturnih indikatora 4. razumjeti odnose povezanosti medijske potrošnje u različitim društvenim okruženjima, rasa, narodnosti, spol, itd.s obzirom na stečena znanja o vrsti, tipu, strukturi i specifičnim karakteristikama određenog medija 5. koristiti se uobičajnim računalnim alatima za interaktivan ,personaliziran i povezan pristup medijskoj publici 6. kreirati oblike i pojavnosti internetske publike, njezinu lokalnu i globalnu pojavnost					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Nema.					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice				Komentari	
Obveze studenata	Seminarski rad.					

Sadržaj predmeta				
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)			
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje
UVOD U TEMU MEDIJSKE PUBLIKE	2		1	
RANE PERSPEKTIVE: TRADICIJA UČINAKA	2		1	
ZASTRAŠUJUĆI SVIJET TELEVIZIJE: KULTURNI INDIKATORI & KULTIVACIJSKA TEORIJA	2		1	
OD NASILJA S EKRANA DO STVARNOG NASILJA	2		1	
KULTURNI STUDIJI I PUBLIKA	2		1	
PUBLIKA U KUĆI PUBLIKA, DOM I ROD	2		1	
MJERENJE PUBLIKA:ULOGA MEDIJSKE INDUSTRIJE	2		1	

RASA, IDENTITET I MEDIJSKA POTROŠNJA	2	1
PUBLIKE, OBOŽAVATELJI I OBOŽAVATELJSTVO	2	1
KAKO MEDIJSKA INDUSTRIJA GLEDA NA SVOJU PUBLIKU	2	1
DJECA KAO MEDIJSKA PUBLIKA	2	1
PUBLIKE NOVIH MEDIJA INTERAKTIVNOST & FRAGMENTACIJA	2	1
EFEKTI MEDIJA	2	1
ŠIRI POGLED NA MEDIJSKI UTJECAJ	2	1
KONVERGENCIJA I MEDIJSKE PUBLIKE	2	1

Obvezna literatura	1. Porter, Dž.: Medijska pismenost,Clio ,Beograd,2008. (str.63-122) 2. Malović, S. [et. al.]: Masovno komuniciranje, Zagreb, GM-TK, 2014. 3. Maletić, F.: Predavanja
Dopunska literatura	1. Nightingale,V., Carpentier,N.: The Handbook of Media Audiences,Blackwell,London, 2011
Način provjere ishoda učenja	Seminarski rad, kolokvij, pismeni / usmeni ispit
Završni / Diplomski rad	Da